

## Синергетика як нове світобачення

Засновником синергетики вважають бельгійського філософа та хіміка Іллю Пригожина, а представниками – Г.Хакена, С.Курдюмова та ін.

Нова теорія розвитку ґрунтується не тільки на уявленні про організованість і порядок, але і на уявленнях про безладдя, хаос, випадковість як співмірних першим. Як виявилось, люди живуть в нестаціонарному універсумі, де нерозривно пов'язані три поняття: випадковість, незворотність, унікальність.

Діалектична ідея розвитку не нівелюється, а навіть навпаки: формується концепція глобального еволюціонізму як системи уявлень про всезагальний процес розвитку природи, самоускладнення в різноманітних його конкретно-історичних формах. Виявляється, самоорганізація, еволюція властиві не тільки біологічним організмам, а й всім макроскопічним тілам, елементарним часткам, всім типам фізичних взаємодій.

Світ об'являється не просто існуючим, а постійно виникаючим – через послідовність деструктивних та креативних станів, в яких важливу роль відіграють не тільки визначені, організовані, а й стохастичні, нелінійні, хаотичні, випадкові процеси. При цьому хаос не є абсолютною антитезою гармонії, а необхідним перехідним станом від одного рівня впорядкованості (де „працює” діалектика) до іншого.

Причому, саме випадковість визначає можливі шляхи блукання по полю можливих шляхів розвитку. Навіть в найбільш стабільній, рівноважній, закономірно влаштованій системі існує постійна можливість непередбачуваних флуктуацій (випадкових незначних змін початкових умов), які неминуче приводять впорядковану систему до стану деструкції та безладдя.

Переходячи через поріг стабільності, система потрапляє в критичний стан, вихід з якого до нової закономірності пролягає через точку біфуркації (критичне значення параметрів системи, при яких можливим стає незворотний стрибок в новий, закономірний, організований стан). Але і тут все відбувається випадково.

Навіть малі флуктуації можуть привести до спонтанної організації системи, а великі можуть затухнути. Але врешті-решт, з необхідністю флуктуації все-таки виводять систему зі стану хаосу до стану закономірного розвитку. Механізм тут наступний: перед нелінійною, нестабільною системою існує спектр шляхів можливого розвитку. Ці шляхи описують ідеальні форми реально можливих утворень і зветься атракторами (відносно стабільний стан системи, який притягує все розмаїття її траєкторій), до яких тільки і може еволюціонувати система.

Отже, синергетика обґрунтовує думку, що, по-перше, хаос є необхідним для народження нового: хаос є конструктивним початком, джерелом, передумовою та основою процесу розвитку –причому, руйнуючи, хаос будує, а будуючи, приводить до розрухи; по-друге, саморозвиток здійснюється через несталість, альтернативність, випадковості, стохастичні процеси у відкритих складноорганізованих системах. Їх поведінка непередбачувана і зовсім не тому, що людина не має засобів простежити та прорахувати їх траєкторії, а тому, що світ так влаштований. Але, обґрунтовуючи принципову непередбачуваність майбутнього (майбутнє жорстко не фіксується), сучасна наука все ж не заперечує, що сучасність і майбутнє залежать від минулого. Не визначаються, а залежать. Це дає певні шанси. Знання можливих тенденцій сучасності,

що справляють певний вплив на майбутнє, — ось що необхідно знати, і таке знання є доступним. Становлення сучасної філософської концепції розвитку формує методологічні основи такого пізнання та діяльності.

## Список літератури

1. Князева Е.Н., Курдюмов С.П. Синергетика как новое мировидение. — Вопросы философии. — 1992. - №12.
2. Пригожин И., Стенгерс И. Порядок из хаоса. — М., 1986.

УДК 65.011

**С.А. Романчук, доц., канд. техн. наук, О.О. Кириченко, студ.**

*Кривоградський національний технічний університет*

## Вимоги і очікування українських підприємств до спеціалістів з маркетингу

У статті розкривається сутність ситуації, що склалася на ринку попиту фахівців-маркетологів, розглядаються вимоги і очікування українських підприємств до спеціалістів з маркетингу, дано рекомендації щодо підготовки маркетологів у світлі розвитку вимог виробництва.

**маркетинг, маркетолог, виробництво, спеціаліст**

Формування ринкових відносин у вітчизняній економіці, потужні процеси інтеграції України у європейське й світове співтовариство зумовлюють стрімке зростання як попиту на фахівців-маркетологів, так і вимог до їх професійної кваліфікації. Якщо на початку 90-х років XX століття для більшості керівників підприємств маркетинг був скоріш модним терміном і далеко не всі чітко уявляли собі коло професійних обов'язків маркетолога, то сьогодні ситуація є принципово іншою.

Питанням моніторингу ринку праці присвячують увагу багато дослідників [2, 4]. Вони засвідчують зростаючий попит на спеціалістів з фінансів, логістиків, маркетологів. Якщо зробити спробу спрогнозувати, яка професія все ж таки вийде на перше місце у найближчі п'ять років, то, вважається, що це буде маркетолог. Різні автори пояснюють це так: чим вища конкуренція на ринках, тим дорожче людина, яка вміє „грамотно” будувати стратегію збуту цього товару споживачу.

На даний момент маркетологи стають все більш потрібними не лише у звичайних функціональних областях маркетингу, але й в якості:

- координаторів процесу діяльності і розвитку підприємства, фірми, компанії;
- організаторів тактичного, оперативного і стратегічного планування та управління підприємством.

Ця потреба обумовлена, перш за все, проникненням на український ринок транснаціональних компаній, які разом з новими технологіями виробництва продукції використовують нові методи і технології її збуту; створенням регіональних розподільчих центрів, великих оптових баз і т.і.

Успіх діяльності організації передбачає формування служби маркетингу, де ключовою фігурою виступає маркетолог. Над тим, щоб отримати у свій штат